

**Е. О. Лукашевич**

*Научный руководитель*

**Т. В. Емельянова**

*Белорусский торгово-экономический  
университет потребительской кооперации  
г. Гомель, Республика Беларусь*

## **ФРАНЧАЙЗИНГ В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ**

Франчайзинг успешно используется в 80 странах, где франчайзинговые организации создают около 13% валового национального продукта. При деловом франчайзинге франчайзер (правообладатель) продает франшизополучателю (пользователю) лицензию на право открытия объектов общественного питания под его именем. Франчайзинг как способ развития бизнеса предоставляет определенные преимущества для франшизодателей, франшизополучателей и общества.

Для франшизодателей преимущества заключаются в значительной экономии собственного капитала и уменьшении за счет этого риска при расширении франшизного бизнеса; возможности не заниматься текущими управленческими проблемами на уровне отдельно взятой франшизной организации; возможности развития франчайзингового бизнеса значительно быстрее за счет использования финансовых и управленческих ресурсов франшизополучателя; освоении новых регионов с помощью франшизополучателей с хорошим знанием местных условий; защите права на использование товарного знака с целью получения прибыли; накоплении своего опыта ведения франшизного бизнеса за счет использования положительной информации от своей региональной сети франшизополучателей.

Преимущества для франшизополучателей: покупка надежного готового франшизного бизнеса, завоевавшего определенную нишу в определенном сегменте рынка и опробованного франшизодателем в течение определенного времени; право ведения франшизного бизнеса под общепризнанным товарным знаком франшизодателя; возможность управлять небольшой собственной франшизной организацией, пользуясь преимуществами, которые доступны только крупным организациям; получение стандартного пакета франшизной документации в виде четких инструкций по сырью, оборудованию, поставщикам, меню и системе сбыта, технологии ведения бизнеса, прохождение курса обучения, получение необходимых консультаций в процессе работы; вхождение в более надежный бизнес по сравнению с бизнесом обычных малых организаций; возможность приобретения по льготным ценам сырья, комплектующих изделий либо у самой компании-франшизодателя, либо у определенных поставщиков, что делает систему снабжения надежной; получение информации по результатам исследований франшизодателем потребительского рынка; снижение риска банкротства; сохранение франшизополучателем статуса самостоятельного юридического лица и независимости при принятии решений.

С точки зрения общества франчайзинг дает следующие преимущества: повышение общей культуры ведения бизнеса и обеспечение более высокого уровня обслуживания потребителей; решение проблемы занятости населения путем привлечения во франчайзинговый бизнес круга лиц, не решающих заниматься малым бизнесом без поддержки и обучения; освоение нового опыта, приобретение новых идей, методов, технологий, особенно при применении международного франчайзинга; большую узнаваемость продукта и услуги.

Современным трендом развития отрасли общественного питания является рост доля франчайзинговых объектов. К примеру, в России она составляет в целом по общественному питанию 53%, по фастфуду – 69%. По данным Национального центра интеллектуальной собственности, в настоящее время в Республике Беларусь зарегистрировано около 130 франчайзинговых договоров, большинство из которых в сфере розничной торговли, общественного питания и услуг. На сайте компании «Белфранчайзинг» в настоящее время в каталоге франшиз в сфере общественного питания представлено 54 предложения, из которых 16 уже имеют объекты в Республике Беларусь, в том числе у 8 франчайзеров страной происхождения является Беларусь.

Иностранное общество с ограниченной ответственностью «Вентуспит» организовано 19 июня 2013 г. Организация имеет разрешение для работы под брендом Golden Coffee, принадлежащим британской компании Morebrook. ИООО «Вентуспит» принадлежит 4 кафе под торговой маркой Golden Coffee, которые расположены в г. Бресте.

В г. Бресте у организации существуют несколько непосредственных конкурентов, таких как K'LAB COFFEE, кофейня «Сонет». Приход этих организаций на рынок кардинально изме-

нил конкурентную ситуацию в регионе. Произошло снижение доли рынка ИООО «Вентуспит» в регионе деятельности с 2,44% в 2016 г. до 2,02% в 2018 г. В такой ситуации организации приходится включаться в более жесткую конкурентную борьбу, т. е. снижать цены на товары и услуги, а для этого нужно снизить расходы на реализацию и управленческие расходы.